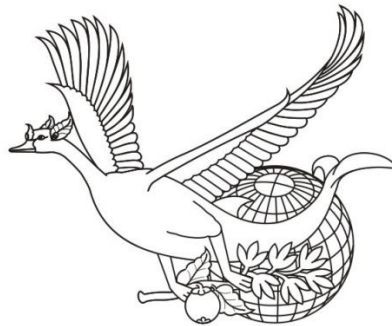


Kode/ Nama Rumpun Ilmu: 707/Desain
Interior.

Tema :Desain produk dan kemasan
pada industri kreatif kurang

LAPORAN KEMAJUAN
PENELITIAN STRATEGI NASIONAL



Tahun ke 3 dari rencana 3 tahun

JUDUL PENELITIAN:

**STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT SEKITAR PERUM
PERHUTANI MELALUI PENDEKATAN DESAIN PRODUK
GUNA MENCEGAH *ILLEGAL LOGGING*
(Studi Kasus: Kel. Sambeng, Kec. Juwangi, Kab. Boyolali)**

Tim Peneliti:

Dr. Sri Hesti Heriwati, M.Hum	NIDN. 0029095904
Prof. Dr. Dharsono., M. Sn	NIDN. 0018085503
Sumarno, S.Sn., M.A	NIDN. 0006057811
Deni Dwi Hartomo., S.E., M. Sc	NIDN. 0010128303

**INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2017**

Kode/ Nama Rumpun Ilmu: 707/Desain
Interior.

Tema :Desain produk dan kemasan pada
industri kreatif kurang kompetitif.

LAPORAN KEMAJUAN
PENELITIAN STRATEGI NASIONAL



Tahun ke 3 dari rencana 3 tahun

JUDUL PENELITIAN:

**STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT SEKITAR PERUM
PERHUTANI MELALUI PENDEKATAN DESAIN PRODUK
GUNA MENCEGAH *ILLEGAL LOGGING*
(Studi Kasus: Kel. Sambeng, Kec. Juwangi, Kab. Boyolali)**

Tim Peneliti:

Dr. Sri Hesti Heriwati, M.Hum	NIDN. 0029095904
Prof. Dr. Dharsono., M. Sn	NIDN. 0018085503
Sumarno, S.Sn., M.A	NIDN. 0006057811
Deni Dwi Hartomo., S.E., M. Sc	NIDN. 0010128303

**INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2017**

HALAMAN PENGESAHAN
SBK RISET TERAPAN

Judul Penelitian : STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT SEKITAR PERUM
PERHUTANI MELALUI PENDEKATAN DESAIN PRODUK
GUNA MENCEGAH ILLEGAL LOGGING
(Studi Kasus: Kel. Sambeng, Kec. Juwangi, Kab. Boyolali)

Bidang Fokus : Sosial Humaniora, Seni Budaya, Pendidikan Penelitian Lapangan Dalam
Negeri (Kecil)

Kode>Nama Rumpun Ilmu : 707/Desain Interior

Tema Isu Strategis Nasional : Perubahan Iklim dan keragaman hayati (Climate change & biodiversity)

Ketua Peneliti

a. Nama Lengkap : Dr SRI HESTI HERIWATI M. Hum

b. NIDN : 0029095904

c. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala

d. Program Studi : Desain Interior

e. Nomor HP/Surel : 085329045000/hesti_hawe@yahoo.com

Anggota Peneliti (1)

a. Nama Lengkap : Prof., Dr. DHARSONO M.Sn.

b. NIDN : 0014075104

c. Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Surakarta

Anggota Peneliti (2)

a. Nama Lengkap : SUMARNO

b. NIDN : 0006057811

c. Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Surakarta

Institusi Mitra

a. Nama Institusi Mitra : LMDH Wonolestari

b. Alamat : Klumpit-Sambeng, Kode Pos 57391

c. Penanggung Jawab : Sugeng

Lama Penelitian Keseluruhan : 3 tahun

Usulan Penelitian Tahun ke- : 3

Biaya Penelitian Keseluruhan : Rp 100,000,000.00

Biaya Penelitian

- diusulkan ke DRPM : Rp 95,000,000.00

- dana internal PT : Rp 1,480,000.00

- dana institusi lain : Rp 26,900,000.00 /in kind tuliskan:

Kota Surakarta, 15-12-2016

Mengetahui,

FSRD ISI Surakarta

(Ranang Agung S., S.Pd., M.Sn.)
NIP. 197111102003121001

Ketua Peneliti

(Dr. Sri Hesti Heriwati, M.Hum.)
NIP. 195909291986032001

Mengetahui,
PPMPP ISI Surakarta

(Dr. R.M. Pramutomo, M. Hum.)
NIP. 196810121995021001

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Penelitian: Strategi Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Perum Perhutani Melalui Pendekatan Desain Produk Guna Mencegah *Illegal Logging* (Studi Kasus: Kel. Sambeng, Kec. Juwangi, Kab. Boyolali).

2. Tim Peneliti.

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Instansi Asal	Alokasi Waktu
1	Dr. Sri Hesti Heriwati, M.Hum.	Ketua	Desain	ISI Surakarta	8 jam / mgg
2	Prof. Dr. Dharsono, M.Sn.	Anggota 1	Estetika	ISI Surakarta	6 jam / mgg
3	Sumarno, S.Sn, M.A	Anggota 2	Desain dan produksi	ISI Surakarta	6 jam / mgg
4	Deny Dwi Hartomo, S.E., M.Sc.	Anggota 3	Manajemen, pemasaran dan akuntansi.	Universitas Sebelas Maret Surakarta	4 jam / mgg.

3. Objek penelitian (jenis material yang akan diteliti dan segi penelitian) :

Ranting kayu hasil hutan dan masyarakat sekitar hutan.

4. Masa Pelaksanaan

Mulai : tahun 2016

Berakhir : tahun 2018

5. Usulan Biaya DRPM Ditjen Penguatan Risbang.

- Tahun ke-1 : Rp. 100.000.000
- Tahun ke-2 : Rp. 150.000.000
- Tahun ke-3 : Rp. 150.000.000

6. Lokasi penelitian (lab/studio/lapangan)

Laboratorium produksi Fakultas Seni Rupa dan Desain ISI Surakarta.

7. Instansi lain yang terlibat (uraikan apa kontribusinya):

- LMDH Wonolestari : Kelompok masyarakat pelaksana program penelitian dan pasca kegiatan penelitian.
- Surya Rotan : Industri yang bertugas menjembatani antara penghasil produk dan eksportir.
- Perguruan Tinggi : Konseptor kegiatan, fasilitator, publikasi, penyusun modul, desain TTG, pelatihan, pengusulan HKI, jurnal.
- PT Propan : Instruktur pelatihan finishing, skema warna.

8. Temuan yang ditargetkan (penjelasan gejala atau kaidah, metode, teori, atau antisipasi yang dikontribusikan pada bidang ilmu):

Penciptaan beberapa produk melalui desain produk mebel dan kerajinan yang dapat dijual sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar hutan.

9. Kontribusi mendasar pada suatu bidang ilmu:

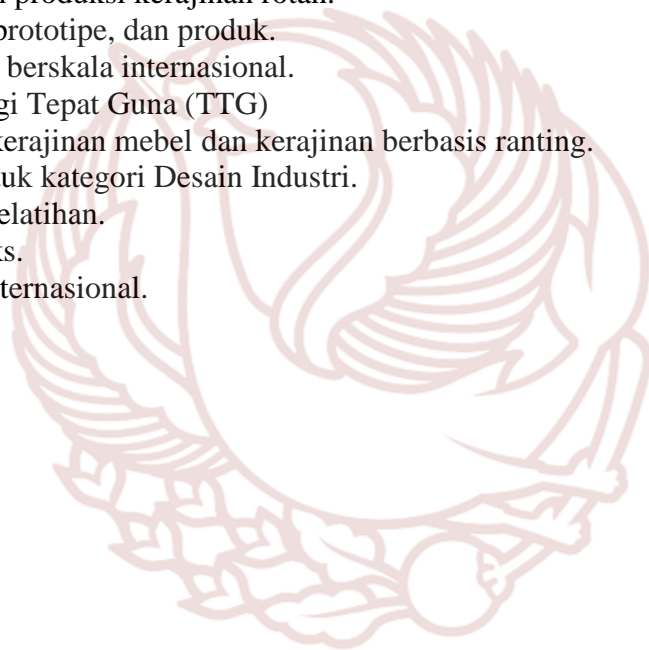
Illegal logging mengancam kelestarian dan keberlanjutan hutan, upaya menjaga kelestarian hutan perlunya memanfaatkan sumber daya hasil hutan non kayu, dimana diantaranya adalah ranting kayu. Ranting merupakan hasil hutan non kayu yang boleh dipetik oleh warga sekitar hutan, dan sebagaimana kita ketahui bahwa masyarakat sekitar hutan adalah masyarakat yang tertinggal. Upaya meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar hutan pada dasarnya dapat memanfaatkan ranting menjadi produk mebel dan kerajinan yang layak jual.

10. Jurnal ilmiah yang menjadi sasaran.

Jurnal internasional terindeks EBSCO dan Proques yakni Jurnal *Art and Design Studies*.

11. Rencana luaran berupa:

- Pelatihan produksi kerajinan rotan.
- Desain, prototipe, dan produk.
- Pameran berskala internasional.
- Teknologi Tepat Guna (TTG)
- Produk kerajinan mebel dan kerajinan berbasis ranting.
- HKI, untuk kategori Desain Industri.
- Modul pelatihan.
- Buku teks.
- Jurnal Internasional.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
IDENTITAS DAN URAIAN UMUM	v
DAFTAR ISI	vi
RINGKASAN	vii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Penelitian	2
D. Tujuan Penelitian Tahap III	3
E. Manfaat Penelitian	3
F. Urgensi Penelitian	4
G. Luaran Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Studi Pustaka	9
B. Studi Pendahuluan	10
C. Peta Jalan Penelitian	12
BAB III. METODE PENELITIAN	13
A. Lokasi Penelitian	13
B. Strategi	13
C. Metode Penelitian.....	14
D. Luaran Penelitian	14
E. Indikator Penelitian	14
BAB V BIAYA DAN JADWAL PENELITIAN	16
A. Anggaran Biaya	16
B. Jadwal Pengabdian	16
DAFTAR PUSTAKA	18
LAMPIRAN	20

RINGKASAN

Illegal logging merupakan tindakan kriminal yang bisa membahayakan lingkungan, utamanya terkait dengan kelestarian hutan. Oleh karena itu, tujuan penelitian jangka panjang yang diharapkan adalah untuk menjaga kelestarian hutan dengan mengurangi *illegal logging* melalui pemberdayaan masyarakat sekitar hutan. Dalam hal ini, target khusus yang hendak dicapai adalah masyarakat di sekitar Perum Perhutani agar menjadi lebih berdaya melalui pemanfaatan ranting kayu menjadi produk kerajinan. Dengan demikian, diharapkan adanya pergeseran profesi dari penambang kayu menjadi perajin kayu, yang sudah barang tentu akan mengurangi *illegal logging* seiring dengan peningkatan pendapatan dan kesadaran masyarakat sekitar.

Penelitian ini merupakan penelitian terapan. Lokasi penelitian dilakukan di wilayah Jawa Tengah meliputi Surakarta dan sekitarnya. Penggalan data berupa artefak, literatur, dan informan dilakukan melalui observasi, studi literatur, wawancara, dan dokumentasi. Keabsahan data akan diuji melalui *triangulasi* dan analisis data menggunakan metode interaktif. Pendekatan desain dilakukan melalui perencanaan dan perancangan serta eksperimen. Analisis tingkat lanjut dilakukan menggunakan analisis SWOT untuk pengembangan desain selanjutnya. Implementasi desain guna mendapatkan manfaat ekonomi yang lebih adalah melalui metoda produksi dan pemasaran produksi.

Kegiatan penelitian ini akan dibagi menjadi tiga tahap dengan penekanan atau fokus yang berbeda pada tiap-tiap tahapan. Tahap pertama adalah identifikasi ranting kayu, desain produk kerajinan dilanjutkan dengan eksperimen menjadi prototipe berbahan ranting kayu. Tahap kedua adalah penelitian tindakan yang lebih menekankan pada proses produksi pada industri kerajinan melalui pelatihan produksi. Tahap ketiga merupakan upaya pemasaran produk melalui pengadaan sarana penjualan dan pameran.

Upaya-upaya tersebut tentu tidak akan dapat berjalan tanpa adanya sinergitas di antara berbagai pihak atau instansi terkait. Sinergitas antar instansi atau lembaga ini adalah berkaitan dengan wewenang dan kompetensi dari masing-masing lembaga. Pihak-pihak yang dimaksudkan tersebut meliputi pihak mitra dan lembaga perguruan tinggi yaitu ISI Surakarta dan UNS Surakarta. Adapun mitra terkait adalah Perum Perhutani, Pemerintah dan kelompok masyarakat Kelurahan Sambeng.

Kata kunci: *illegal logging*, analisis SWOT, ranting kayu, kerajinan, produksi, pemasaran.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.

Kekayaan alam Nusantara merupakan anugerah luar biasa yang tak ternilai harganya, baik yang terdapat di daratan maupun yang terdapat di lautan. Salah satu kekayaan alam yang terdapat di daratan yang patut kita syukuri adalah hutan sebagai warisan kekayaan alam. Akan tetapi, sangat disayangkan bahwa kondisinya terus mengalami *deforestasi* dan *fragmentasi*, utamanya adalah sejak krisis moneter 1998. Penipisan dan perusakan hutan terjadi merata diseluruh Indonesia, tidak terkecuali dengan hutan-hutan yang terdapat di wilayah Jawa Tengah.

Jenis-jenis hutan pada dasarnya terdiri dari hutan lindung, hutan konservasi, dan hutan produksi. Di Provinsi Jawa Tengah, 83,84% adalah hutan produksi yang dikelola oleh Perum Perhutani. Hutan ini terbagi ke dalam 20 unit pengelolaan KPH (Kesatuan Pemangkuan Hutan) yang salah satu diantaranya adalah KPH Telawa. KPH Telawa merupakan salah satu pengelola hutan jati wilayah Jateng, dengan luas wilayah 18.667,30 hektar memuat wilayah Kab. Grobogan, Kab. Sragen, dan Kab. Boyolali. Pengelolaan KPH Telawa terdiri dari tujuh BKPH (Balai Kesatuan Pemangku Hutan) meliputi Karangrayung, Ketawar, Karangwinong, Kedungcumpleng, Krobokan, Guwo, dan Gemolong.¹

Illegal logging yang berdampak pada *deforestasi* dan *fragmentasi* hutan nampaknya juga terjadi di KPH Telawa (**lihat lampiran 7**). Secara umum maraknya *Illegal logging* dikarenakan lemahnya supremasi hukum, sistem HPH, permintaan *log* yang tidak dapat terpenuhi, keuntungan besar dari *illegal logging*, adanya jaringan perdagangan *illegal*, lemahnya koordinasi, pengangguran, kemiskinan, -tingkat pendidikan dan sebagainya.² Oleh karena itu perlu ditempuh berbagai upaya untuk mengatasi *illegal logging* baik yang bersifat sistemik maupun bersifat masif melalui pemberdayaan masyarakat.

¹ Anonim, *Profil KPH Telawa*, (Semarang: Perum Perhutani), 2.

² Anonim, *Review Tentang Illegal logging Sebagai Ancaman Terhadap Sumber Daya Hutan dan Implementasi Kegiatan Pengurangan Emisi dan Deforestasi dan Degradasi (REDD+) di Indonesia*, (Bogor, Puslitbang Perubahan Iklim dan Kebijakan Badan Penelitian dan Pengembangan Kehutanan Kementerian Kehutanan, Indonesia, 2011;13-15

Banyak upaya telah ditempuh baik oleh organisasi pemerintahan maupun organisasi non pemerintahan, dalam rangka pemberdayaan masyarakat sekitar hutan untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian masyarakat sekitar hutan. Pemberdayaan masyarakat setempat di dalam dan atau sekitar hutan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat dan terwujudnya pengelolaan hutan yang lestari.³ Berbagai bidang pemberdayaan dapat dilakukan melalui pendekatan tertentu. Dalam hal ini, pemberdayaan masyarakat dibidang ekonomi yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah pemberdayaan masyarakat sekitar hutan melalui pendekatan desain.

B. Perumusan Masalah.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, adapun beberapa permasalahan yang hendak dipecahkan adalah meliputi hal-hal sebagai berikut di bawah:

- a. Bagaimanakah pemberdayaan masyarakat sekitar Perum Perhutani dengan memanfaatkan ranting kayu menjadi produk fungsional dan layak jual sebagai upaya pencegahan terhadap *illegal logging*.
- b. Bagaimanakah perwujudan desain melalui produksi secara efektif dan efisien bertumpu pada pemberdayaan masyarakat sekitar Perum Perhutani.
- c. Bagaimanakah pemasaran produk berbahan ranting kayu guna meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar Perum Perhutani.

C. Tujuan Penelitian.

Keterlibatan masyarakat sekitar dalam memanfaatkan hutan secara proporsional untuk mengurangi *illegal logging* merupakan upaya yang tepat sekaligus untuk meningkatkan pendapatan dan masyarakat sekitar hutan. Oleh karena itu, pendekatan desain merupakan upaya yang perlu ditempuh untuk menjaga keberlanjutan (*sustainability*) bahan baku. Oleh karena itu, perlu dijabarkan tujuan penelitian yang akan dibagi dalam tiga tahap penelitian sebagai berikut.

D. Tujuan Penelitian Tahap III.

³ Muhammad Prakoso, *Peraturan Menteri Kehutanan No. P.01/Menhut-II/2004 tentang Pemberdayaan Masyarakat Setempat di Dalam atau Sekitar Hutan Dalam Rangka Social Forestry*, (Jakarta; Menteri Kehutanan, 2004) Pasal 1 ayat 1 dan pasal 2 ayat 2

Desain dan produksi ditinjau dari perspektif ekonomi tanpa adanya penjualan merupakan suatu pekerjaan yang sia-sia belaka. Oleh karena itu, fokus pada tahun ketiga penelitian ini adalah pada upaya penjualan produk yang meliputi:

- a. Packing atau kemasan produk, karena umumnya hal ini kurang begitu diperhatikan oleh para perajin.
- b. Adanya sarana dan prasarana penjualan produk yang meliputi *web site*, kartu nama, katalog, dan stand display.
- c. Pameran produk berbasis ranting kayu jati sebagai sisa penebangan hutan.
- d. Terjalannya kerjasama antara kelompok dengan berbagai pihak guna meningkatkan penjualan, diantaranya adalah perusahaan mitra, dinas, maupun organisasi lainnya yang berhubungan dengan pemasaran produk.

E. Manfaat Penelitian.

Dengan berjalanya beberapa kegiatan tersebut di atas, manfaat yang didapat oleh berbagai pihak adalah sebagai berikut:

- a. Kelompok masyarakat sekitar sekitar Perum Perhutani, yakni manfaat yang bersifat ekonomi dan psikologis.
 - Manfaat ekonomi yakni didapat dari nilai tambah ranting kayu jati sisa penebangan yang semula hanya untuk kayu bakar menjadi produk yang bernilai jual lebih.
 - Bergesernya aktifitas dari penebang pohon *illegal* menjadi perajin ranting kayu, kondisi demikian sehingga secara psikologis akan mendatangkan rasa aman dan nyaman bagi pelakunya dari ancaman kriminalitas akibat *illegal logging*.
- (b) Manfaat bagi Perum Perhutani:
 - Terjalinya kerjasama antara Perum Perhutani dengan masyarakat sekitar dan akademisi.
 - Pergeseran profesi sebagian masyarakat sekitar hutan dari penebang kayu *illegal* menjadi menjadi perajin ranting kayu, kondisi ini sehingga mendorong terwujudnya hutan lestari dan keberlanjutan kayu dari ancaman *illegal logging*.

- Bagi Perum Perhutani khususnya Bidang Perlindungan Sumberdaya Hutan dan Kelola Sosial, dengan adanya lembaga atau institusi lain yang turut berperan dalam menggerakkan peran serta masyarakat sekitar sehingga dapat membantu Perum Perhutani dalam pemberdayaan masyarakat sekitar.

(c) UKM Mitra.

Bagi PT. Yudistira selaku UKM Mitra, penelitian ini merupakan bentuk efisiensi perusahaan dalam pengembangan desain melalui diversifikasi produk. Hal ini sejalan dengan pendapat Bruce Nussbaum yang menyatakan bahwa desain adalah wahana pembantu untuk melaksanakan inovasi pada berbagai kegiatan industri dan bisnis.⁴

(d) Perguruan Tinggi.

Manfaat bagi institusi tempat tim peneliti bernaung yakni Insitut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dan Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta, adalah terjalinnya kerjasama dengan instansi lain guna memperkuat jaringan kerjasama pada bidang dan kegiatan terkait, utamanya bidang penelitian yang merupakan salah satu dari tri dharma perguruan tinggi.

F. Urgensi Penelitian.

Menurunnya kualitas lingkungan dan kerusakan lingkungan yang terjadi akhir-akhir ini telah mencemaskan masyarakat dunia. Upaya mengatasi kondisi tersebut yakni maraknya tuntutan masyarakat global pada produk-produk ramah lingkungan melalui sertifikasi ramah lingkungan (*eco-labeling*), kini mulai menjadi kewajiban di berbagai negara. Salah satu prasyarat sertifikat ecolabel pada industri pengolahan kayu diantaranya adalah SVLK. Tuntutan ecolabel pada pasar global pada dasarnya bukanlah suatu yang berlebihan mengingat dampak negatif yang ditimbulkan dari *illegal logging*.

Illegal logging pada dasarnya adalah tindakan mencari untung sebesar-besarnya tanpa melalui prosedur yang benar. Oleh karena itu hasil hutan yang dicuri umumnya adalah yang memiliki nilai jual tinggi yakni batang kayu dan tonggak kayu. Ranting berukuran kecil sangat jarang sekali dijadikan sasaran penjarahan, terutama karena nilai

⁴ Agus Sachari, *Metode Penelitian Budaya Rupa*, Jakarta: Erlangga, 2008, 5.

ekonomisnya yang dianggap sangat rendah. Penggunaan ranting umumnya hanyalah sebagai bahan baku kayu bakar belaka. Perlu diketahui bahwa ranting merupakan salah satu jenis bahan hasil hutan yang dapat dimanfaatkan secara legal oleh masyarakat sekitar.

Upaya menjaga agar keberlanjutan (*sustainability*) bahan baku dapat terus berlangsung dengan memanfaatkan bahan baku kayu secara efektif dan efisien. Upaya efisiensi yang dimaksud yakni dengan memanfaatkan ranting kayu jati yang selama ini masih kurang termanfaatkan secara optimal, yakni sebagai kayu bakar. Penggunaan bahan baku secara efisien memungkinkan kayu untuk dapat tumbuh seimbang sesuai dengan tingkat kebutuhan manusia.

Pada sisi lain yang juga tidak jauh kalah penting adalah perhatian pada masyarakat sekitar hutan. Kemiskinan dan kesejahteraan, rendahnya pendidikan, terpencil, kesehatan, sarana dan prasarana yang tidak memadai dana berbagai persoalan lain yang menimpa masyarakat sekitar hutan. Oleh karena itu penelitian ini menjadi penting, hal ini sebagai upaya menjaga kelestarian hutan sekaligus upaya untuk meningkatkan pendapatan masyarakat hutan melalui desain produk dengan memanfaatkan ranting kayu sisa penebangan.

G. Luaran Penelitian.

- Desain.

Desain dalam konteks pengembangan produk bagi sebuah industri mutlak dilakukan dan bersifat kontinyu, agar sebuah industri dapat bersaing dipasar. Luaran penelitian yang berupa desain produk merupakan kelanjutan dari proses penelitian-penelitian sebelumnya. Detail luaran desain yang dimaksud yakni mencakup konsep desain, gambar kerja, dan *colour schema*, dan RAB. Luaran yang berupa desain produk pada tahap ketiga ini adalah didasarkan pada kemampuan teknis produksi, estetis masyarakat sekitar hutan dalam hal ini adalah LMDH Wonolestari masih dalam taraf pemula.

Desain produk yang dimaksud dimana detail, tingkat kerumitan yang tidak terlalu tinggi serta kebutuhan peralatan produksi yang tidak begitu kompleks. Hal ini karena keterampilan dengan kemampuan yang tinggi membutuhkan proses

belajar. Produk yang akan dihasilkan dan diwujudkan adalah desain-desain sebagaimana telah dihasilkan pada tahap pertama, selain juga tetap melakukan pengembangan produk dalam bentuk yang berbeda. Beberapa pengembangan produk diantaranya adalah lihat (**lampiran 6**).

- Prototipe.

Prototipe merupakan perwujudan desain, persis seperti sebagaimana tertuang dalam gambar kerja dan spesifikasi teknisnya. Untuk produk-produk berkinerja kompleks –atau didasarkan pada pertimbangan tertentu, prototipe dibuat secara serial atau berdasarkan kebutuhan pengujian lanjut dan hasil evaluasi prototipe awal.⁵ Hal ini ditempuh untuk mengetahui hasil perancangan sebelum di produksi secara masal juga untuk mengkaji metode produksi untuk evaluasi tahap selanjutnya yang mencakup bahan baku, konstruksi, struktur, pembahanan, *assembling*, *packing*, dan lain-lain. Prototipe yang akan diwujudkan dalam hal ini adalah desain terpilih dari beberapa alternatif perencanaan dan perancangan.

- Teknologi tepat guna.

Pada tahun ketiga teknologi tepat guna yang akan diintroduksi adalah perlunya alat pemotong kertas dan alat untuk membersihkan hasil potongan. Upaya membersihkan potongan sebelumnya adalah dengan mengampas satu-persatu hasil potongan. Kondisi ini sehingga produktifitas menjadi tidak efisien, oleh karena itu perlunya alat penghalus potongan adapun bagaimanakah gambaran alat tersebut lihat (**lampiran 9**). Alat pemotong kertas adalah alat untuk memotong kertas secara masal dengan pola tertentu.

Alat tersebut didesain sedemikian rupa sehingga jenis kertas yang dipotong dapat berupa kertas karton single face maupun double face, gambaran akan alat sebagaimana dimaksud lihat (**lampiran 9**).

- Pameran produk berskala internasional.

Pendapatan hasil penelitian ini yakni ditandai dengan adanya penjualan dari produk-produk yang telah dihasilkan. Upaya promosi dan penjualan hasil

⁵ Sachari Kamus Desain, 151

penelitian yakni dilakukan melalui pameran berskala internasional yakni IFEX (*Indonesia International Furniture Expo*) pada tanggal 11 s/d 14 Maret 2017 yang diselenggarakan di Jakarta International Expo Kemayoran.. Pameran dilakukan melalui kerjasama dengan UKM Mitra.

- Finishing II.

Finishing II adalah kelanjutan dari finishing sebelumnya, jika pelatihan sebelumnya adalah bagaimana finishing natural dan solid colour. Pada kegiatan ini adalah upaya eksplorasi finishing mebel dan produk kerajinan dengan memadukan beberapa teknik secara bersamaan dalam sebuah produk. Adapun teknik yang akan dipadukan adalah finishing dengan warna warna fancy dan kombinasi dengan teknik bakar, teknik retak seribu, dan teknik sikat.

- Produksi masal.

Produksi masal adalah upaya penciptaan produk dengan dalam jumlah besar. Produksi dalam jumlah besar (*mass product*) yakni terbagi menjadi produksi masal terbatas dengan kapasitas sekitar 10.000 dan produksi masal dimana produksi berjumlah lebih dari 10.000 produk. Adanya pengulangan produksi oleh karean itu perlunya perencanaan produksi secara sistemik, namun demikian perlu digaris bawahi bahwa produksi dalam hal ini adalah tetap bersifat handycraft.

- Hak Kekayaan Intelektual.

Pengurusan HKI adalah untuk kategori desain industri, pada tahap ketiga produk yang akan diajukan terdiri dari dua kategori yakni produk hasil pengembangan produk yang berupa produk kerajinan dan mebel. Kategori produk yang dimaksud berupa *pedand lamp* dan kursi.

- Penerbitan buku teks dengan materi yang komprehensif menggacu pada pendekatan *Total Design Activity* (TDA). Pendekatan tersebut meliputi enam aspek meliputi *market, specification, concept design, detail design, manufacture, dan sell*.⁶ Materi dimaksud hal ini karena adanya lintas bidang keilmuan pada para anggota tim peneliti.

⁶ Djauhar Manfaat, *Case Based Design (Desain Berbasis Kasus)*, (Jakarta; Gramedia Pustaka Utama, 2013), 22-23.

- Publikasi hasil penelitian melalui jurnal internasional *Art and Design Studies*.
- Publikasi mass media.

Selain publikasi ilmiah publikasi yang juga cukup penting adalah publikasi yang bersifat umum, dalam hal ini media masa. Adapun media masa yang akan dimanfaatkan adalah media cetak, materi publikasi adalah proses dan hasil kegiatan. Hal ini diperlukan agar menjadi perhatian masyarakat umum dan masyarakat sekitar hutan pada khususnya.

Adapun tabel rencana capaian tahunan adalah sebagai berikut.

No	Jenis Luaran		Indikator Capaian		
			TS1	T+1	T+2
1	Desain dan purwarupa		produk	produk	pnrapan
2	Teknologi tepat guna		draff	produk	<i>granted</i>
3	Publikasi Ilmiah	Internasional	<i>published</i>	<i>accepted</i>	<i>published</i>
		Nasional Terakreditasi	-	-	-
4	Pemakalah dalam temu Ilmiah	Internasional	-		
		Nasional	draff	terlaksana	terlaksana
5	<i>Inivited speaker</i> dalam temu ilmiah	Internasional	-	-	-
		Nasional	-	-	-
6	<i>Visiting Lecturer</i>	Internasional	-	-	-
7	Hak Kekayaan Intelektual	Desain Produk industri	draff	pengajuan	terdaftar
8	Buku ajar (ISBN)		draff	editing	terbit
9	Tingkat kesiapan teknologi (TKT)		3	7	8

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Studi Pustaka.

Jim Ife dan Frank Tesoriero dalam bukunya yang berjudul *Commity Development* buku ini menguraikan berbagai teori ekologi, sosial dan politik guna membangun perspektif ekologis dan perspektif keadilan sosial atau hak asasi manusia secara teguh sebagai landasan dalam praktik pengembangan masyarakat. Ife menyatakan bahwa pengembangan masyarakat terpadu yang meliputi enam dimensi sosial, ekonomi, politik, kultural, lingkungan, spiritual atau personal. Secara khusus

buku ini juga memuat tentang prinsip-prinsip ekologis yang terdiri dari prinsip holisme, keberlanjutan, keanekaragaman, dan keseimbangan.⁷

Philips Kotler, dalam bukunya yang berjudul *Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know*. Buku yang terdiri dari 226 halaman yang membahas seluk beluk marketing dengan urutan berdasarkan huruf pertama. Pada buku ini tidak hanya membahas pengertiannya namun teori juga keterkaitan marketing dengan hal-hal lainnya, mulai dari prosedurnya, pelaku, aturan, dan pendukungnya.⁸

Buku karya Karl T. Ulrich dan Steven D. Eppinger yang berjudul *Product Design and Development* sangat mendukung penelitian ini karena dalam buku ini memuat tentang pengembangan desain yang tidak hanya bertumpu pada aspek desain saja namun juga dikaitkan dengan aspek produksi dan pemasaran. Bahasan dalam buku ini mencakup *product planning, identifying customer need, product specifications, concept*, hingga *industrial design*.⁹

Sumarno, dalam tesisnya yang berjudul *Eco-design Produk Furnitur pada Lomba Desain Produk Furnitur Jateng Tahun 2010-2011*, yang mengkaji tentang desain produk furnitur khususnya desain para nominator lomba desain. Pada aspek ekologis masing-masing karya nominator, pembahasan mengkaitkan antara desain dengan aspek produksi yang terdiri dari bahan baku, pembahanan, perakitan, finishing dan packing. Masing-masing aspek tersebut selanjutnya ditinjau dari kaca mata ekologis, khususnya dampak bagi lingkungannya.¹⁰

Buku *Modern Furniture*, karya John F. Pile ini cukup mendukung penelitian yang akan dilaksanakan, beberapa materi pada buku ini memuat aspek historis industri furnitur, aspek teknik memuat produksi dan peralatannya, material khususnya kayu, dan aksesorisnya. Lebih lanjut juga dibahas tahapan atau proses perancangan furnitur mulai dari sketsa, prototipe, gambar kerja pada industri. Berturut-turut berikutnya juga dibahas

⁷ Jim Ife dan Frank Tesoriero, *Community Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008)

⁸ Philips Kotler, 2003, *Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know*, John Wiley & Son, Inc.

⁹ Ulrich, Karl T. and Steven D. Eppinger. *Product Design and Development*, -3rd ed, New York: Mc Graw Hill International, 2003.

¹⁰ Sumarno, *Eco-design Industri Furnitur Pada Lomba Desain Industri Furnitur Jateng Tahun 2010-2011*, (Yogyakarta; Tesis Pascasarjana UGM Yogyakarta; 2012).

isu-isu mengenai furnitur kontemporer dan kemungkinan-kemungkinan desain furnitur mendatang.¹¹

M. Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec, *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*, buku ini cukup komprehensif membahas tentang packing. Pada buku ini juga membahas tentang sejarah packing, fungsi packing, material, karakter produk, dan desain packing. Desain packing memuat pola packing, dan grafis yang memuat informasi produk pada packing.¹²

B. Studi Pendahuluan.




Studi pendahuluan membahas tentang beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan karya desain yang dimungkinkan memiliki kemiripan sebagai upaya telaah kritis terhadap originalitas desain. Berikut dibawah adalah hasil-hasil penelitian yang terkait dengan proposal penelitian.

Peneliti & Tahun Penelitian	Judul dan Tahun	Fokus Kajian
Tim Peneliti Balitbang Jateng; 2006.	Pemberdayaan Kelembagaan Keamanan dan Kesejahteraan Masyarakat di Wilayah Sekitar Hutan di Jateng.	Pembentukan dan optimalisasi fungsi lembaga kemasyarakatan sekitar hutan dengan turut serta dalam mengelola hutan.
Tim Balitbang Kehutanan dan Taman Nasional Meru Betiri; 2011.	Review Tentang <i>Illegal logging</i> sebagai Ancaman Terhadap Sumberdaya Hutan dan Implementasi Kegiatan Pengurangan Emisi dari <i>Deforestasi</i> dan <i>Degradasi</i> (REDD) di Indonesia.	Merupakan penelitian dasar tentang pentingnya pemberdayaan masyarakat sekitar melalui pembentukan Masyarakat Mitra Polhut (MMP).
J. P. Gentur Sutapa dan Aris Noor Hidayat; 2012	Manfaat Limbah Daun dan Ranting Penyulingan Minyak Kayu Putih, untuk Pembuatan Arang Aktif	Bahan baku penelitian yakni dari kayu putih, out put berupa arang aktif yang berfungsi untuk penjernihan air penyulingan minyak kayu putih.

¹¹ John F. Pile, *Modern Furniture*, (New York, John Wiley and Son, 1997).

¹² M. Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec, *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*, Terj. Bob Sabran, Cet-5, Jakarta: Erlangga, 2011.

Studi selanjutnya adalah studi tentang produk yang telah beredar dipasaran yang memiliki kemiripan pada bahan, bentuk, dan fungsi. Berikut di bawah adalah produk yang dimungkinkan mendekati, namun tetap berbeda pada berbagai hal (**lihat lampiran 10**) gambaran desain produk sementara.

Gambar Produk di Pasaran	Jenis Produk	Penjelasan
	Produk interior dengan ranting.	Potongan ranting kayu umumnya hanya sebagai komponen pendukung.
	Gazebo di produksi oleh Wantonella Furniture	Gambar gazebo di samping bahan baku keseluruhan adalah menggunakan kayu solid dan umumnya penempatannya adalah untuk eksterior.
	Produk kerajinan tempat pensil	Pemanfaatan ranting kayu sebagai tempat pensil.

C. Peta Jalan Penelitian (*Road Map*).

Keterkaitan penelitian ini dengan beberapa penelitian dan pengabdian yang telah dilaksanakan tim peneliti sebelumnya dibidang masing-masing terekam dalam *road map* penelitian. Adapun bidang yang dimaksud meliputi teknologi bahan, desain, produksi, dan pemasaran. Berikut di bawah adalah *road map* penelitian dan pengabdian yang dilakukan oleh tim peneliti baik yang bersifat *basic research* maupun *applied research*.



Grafik 1: Road map penelitian dan pengabdian tim peneliti.

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode campuran (*multimethods*), khususnya metode campuran konkuren (*concurrent mixed methods*). Pada metode ini penyatuan data kualitatif dan kuantitatif untuk memperoleh analisis komprehensif masalah penelitian, atau dapat juga memasukan data yang lebih kecil untuk kedalam sekumpulan data yang lebih besar untuk menganalisis pertanyaan yang berbeda.¹³

TAHAP III.

Penelitian tahap ketiga merupakan *action research* sebagai kelanjutan dari penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian pada tahap ketiga fokus kegiatan adalah bagaimana melakukan penjualan produk terkait dengan segala hal yang mengiringinya.

A. Lokasi Penelitian.

Lokasi utama kegiatan pada tahun ketiga diproyeksikan di Jogjakarta, khususnya di Jogja Expo Ceter (JEC). Alasan pemilihan JEC karena ditempat tersebut sering menggelar pameran industri kerajinan dan furnitur, baik berskala lokal, nasional, maupun internasional. Namun demikian lokasi penelitian pada tahap ini juga dilaksanakan di Solo hal ini merujuk pada kegiatan persiapan, pengadaan, dan pelaporan kegiatan.

B. Strategi.

Pada konteks bisnis tanpa adanya penjualan maka sebuah produk tidak akan mendapatkan manfaat dan nilai tambah bagi produsernya. Oleh karena itu diperlukan upaya-upaya penjualan, maka dalam kegiatan ini perlunya strategi pemasaran. Strategi pemasaran diantaranya adalah memuat analisis strategi pengembangan dan pelaksanaan kegiatan dalam strategi penentuan pasar sasaran bagi produk pada tiap unit bisnis, penetapan tujuan pemasaran, pengembangan, pelaksanaan, serta pengelolaan strategi program pemasaran.¹⁴ Pada dasarnya strategi pemasaran yakni terdiri dari beberapa

¹³ John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, Terj. Achmad Fawaid, ed-3 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), 23.

¹⁴ Purwanto, Iwan 2008, *Manajemen Strategi*, Bandung: Yrama Widya, 151.

metode, dan salah satu diantaranya adalah bauran pemasaran (*marketing mix*). Inti bauran pemasaran yakni terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi).¹⁵

C. Media Pemasaran.

Sebagaimana disebutkan diatas bahwa pada penelitian ini bahwa strategi pemasaran adalah menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Adapun bauran pemasaran itu sendiri meliputi periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat dan publisitas (*public relation and publicity*), penjualan personal (*personal selling*), pemasaran langsung (*direct marketing*).¹⁶ Perwujudan dari beberapa metode tersebut adapun beberapa media pemasaran yang akan digunakan pada kegiatan ini adalah pameran beserta kelengkapannya meliputi stand display, katalog, kartu nama dan buku pengunjung. Media lainnya adalah dengan *website*, selanjutnya juga kerjasama dengan ekportir yang dianggap telah mapan.

D. Luaran.

Luaran tahun III terdiri dari (a) pameran produk kerajinan berbahan ranting kayu; (b) terjalinya kerja sama kelompok masyarakat mitra dengan UKM Mitra; (c) tersedianya media promosi berupa website, katalog, kartu nama, dan stand display; (d) surat keterangan atas originilaitas beberapa produk berbahan ranting kayu jati; (e) laporan penelitian; (f) terbitnya buku desain kerajinan furnitur berbasis pasar berbahan ranting kayu jati; (g) jurnal ilmiah; (h) publikasi media masa.

E. Indikator Capaian.

Indikator capaian bagi masyarakat sekitar hutan adalah:

- Berkurangnya tindak *illegal logging* melalui pengarahan-pengarahan dan pentingnya pemanfaatan kayu secara efisien dan legal..
- Peningkatan pendapatan melalui penjualan dan peningkatan nilai ekonomi dari ranting kayu menjadi beberapa produk fungsional.
- Meningkatnya keterampilan masyarakat sekitar hutan dari penebang kayu menjadi perajin ranting.

¹⁵ Kotler, 2003;110

¹⁶ Kotler, 2003;108.

- Terciptnya kerjasama yang saling sinergis antara Perum Perhutani, LMDH Wonolestari, akademisi dan eksportir dibidang industri kerajinan berbasis ranting.



BAB IV

HASIL LUARAN YANG DICAPAI

A. Pameran Produk.

Definisi pemasaran menurut Kotler dan Amstrong adalah suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Jadi pemasaran dalam usaha produksi ranting kayu yang diproduksi oleh kelompok masyarakat sekitar hutan dapat dibedakan menjadi dua aspek yaitu sosial dan manajerial. Aspek sosial lebih diarahkan pada aturan pemasaran yang digunakan dalam masyarakat, yaitu seorang pemasar menyebutkan hal ini sebagai sebuah aturan untuk “memberikan sebuah standar hidup yang lebih tinggi”. Berdasarkan aspek sosial tersebut, secara lengkap pemasaran didefinisikan sebagai proses sosial antara individu maupun kelompok dalam mengungkapkan keinginan dan kebutuhannya melalui penciptaan (*creating*), penawaran (*offering*), dan kebebasan tukar menukar (*freely exchanging*) produk dan jasa satu sama lain.

Definisi manajerialnya, pemasaran dalam usaha produksi ranting kayu berarti dideskripsikan sebagai “seni menjual produk”, yaitu bagaimana cara menjual produk dari olahan ranting kayu, bagaimana cara meyakinkan pelanggan agar pelanggan mau membeli produk yang ditawarkan dan bagaimana cara menciptakan pelanggan yang loyal (yang mau membeli produk secara berkelanjutan). Menurut *The American Marketing Association*, pemasaran didefinisikan sebagai proses perencanaan dan eksekusi konsep, penentuan harga (*pricing*), promosi (*promotion*), dan pendistribusian ide (*distribution ideas*) barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang dapat memuaskan pelanggan dan tujuan perusahaan (Kotler, 2003). Oleh karena itu, dalam usaha olahan ranting kayu harus mengidentifikasi permintaan pasar, dimana posisi perusahaan sekarang dan pesaing.

Konsep pemasaran usaha produksi ranting kayu, bagian terpenting di dalam pemasaran usaha ranting kayu adalah bukan penjualan itu sendiri. Penjualan hanya sebagian kecil dari pemasaran. Beberapa konsep yang perlu dicermati adalah:

1. Kebutuhan, keinginan, dan permintaan.
2. Produk.
3. Utilitas, nilai, dan kepuasan.
4. Pertukaran, transaksi, dan hubungan pasar.

5. Pemasaran dan pemasar.



Gambar 67. *Konsep Inti Pemasaran Usaha Ranting Kayu*

Pertama, kita harus mengidentifikasi kebutuhan, keinginan, dan permintaan. Kebutuhan adalah suatu keadaan dirasakannya ketiadaan kepuasan dasar tertentu. Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam. Sedangkan Permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk membeli.

Manusia dalam upaya memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka adalah dengan produk. Produk adalah sesuatu yang ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan. Untuk memilih produk yang mungkin dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan, maka konsumen berpedoman pada utilitas (nilai kegunaan) dari produk tersebut. Pemasaran akan timbul apabila orang memutuskan untuk memuaskan kebutuhan atau keinginannya melalui pertukaran. Pertukaran adalah tindakan untuk memperoleh produk yang dikehendaki dari seseorang dengan menawarkan suatu yang lain sebagai balasannya.

Tempat terjadinya pertukaran adalah konsep pasar. Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli. Pembeli disini adalah semua pelanggan potensial yang mempunyai kebutuhan dan keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan mampu melibatkan diri dalam suatu pertukaran guna memuaskan kebutuhan atau keinginan tersebut. Di dalam pasar, jika satu pihak aktif dalam mengusahakan terjadinya pertukaran dibanding pihak lain, dinamakan pihak pertama sebagai pemasar dan pihak kedua sebagai prospek (calon pembeli).

Manajemen pemasaran (Kotler, 2001) adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran, untuk mencapai tujuan perusahaan. Manajemen pemasaran meliputi mengatur

permintaan, yang selanjutnya mencakup mengatur hubungan dengan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran dalam usaha olahan ranting kayu tidak hanya bertujuan mendapatkan pelanggan untuk menghabiskan output perusahaan (hasil produksi), akan tetapi juga mempengaruhi tingkat permintaan. Hal inilah yang disebut dengan manajemen terhadap permintaan (*demand management*), tujuannya adalah mengatur permintaan dari pelanggan baru dan pelanggan yang membeli lagi.

Riset pemasaran adalah desain, pengumpulan, analisis dan pelaporan yang sistematis atas data dan segala penemuan yang relevan dengan situasi pemasaran tertentu yang dihadapi perusahaan. Usaha ranting kayu yang diproduksi masyarakat sekitar hutan, bagi mereka adalah termasuk jenis usaha yang relatif baru karena mengambil limbah ranting ataupun kayu yang telah tidak terpakai kemudian diolah menjadi suatu produk kerajinan. Oleh karena itu, langkah awal dalam memasarkan produk adalah riset pemasaran. Produk yang ditawarkan disini adalah bersaing langsung dengan produk dari bahan kayu murni.

Proses riset pemasaran melalui lima langkah yaitu:

1. Menetapkan masalah dan tujuan riset.
2. Mengembangkan sumber informasi.
3. Mengumpulkan informasi.
4. Menganalisis informasi.
5. Menyajikan penemuan.

Ada lima karakteristik riset pemasaran yang baik yaitu:

1. Menggunakan kaidah metode ilmiah.
2. Mengembangkan cara-cara inovatif untuk memecahkan suatu persoalan.
3. Menghindari ketergantungan yang tinggi pada suatu metode dan menyesuaikan metode pada persoalan.
4. Model dibuat sejelas mungkin.
5. Selalu menaruh kepentingan yang besar pada perbandingan antara nilai suatu informasi dan biaya yang dikeluarkan.

Lingkungan pemasaran usaha berbahan olahan ranting kayu terdiri dari para pelaku dan kekuatan yang berasal dari luar fungsi manajemen pemasaran perusahaan yang mempengaruhi kemampuan manajemen pemasaran untuk mengembangkan dan mempertahankan transaksi yang sukses dengan pelanggan. Lingkungan perusahaan terdiri dari lingkungan mikro dan makro. Para pelaku dalam lingkungan mikro usaha ranting kayu adalah:

1. Perusahaan.
2. Pemasok.
3. Perantara pemasaran.
4. Pesaing.
5. Masyarakat.

Manajemen pemasaran harus memahami perilaku konsumen. Konsumen terdiri dari semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Lantas bagaimanakah cara melihat besarnya peluang pemasaran, hal ini tentunya tidaklah mudah untuk menjawabnya. Konsumen dalam proses pembelian, dimulai dengan identifikasi kebutuhan atau keinginan. Kebutuhan atau keinginan tersebut dapat timbul atau dipengaruhi oleh rangsangan dari dalam diri konsumen ataupun dari luar. Kemudian konsumen tersebut akan mencari informasi sehubungan dengan kebutuhan tersebut.

Bermodalkan informasi yang ada, konsumen selanjutnya akan melakukan penilaian ataupun pertimbangan dalam menentukan pilihan untuk membeli. Setelah melakukan pembelian, konsumen akan mengalami tingkatan kepuasan maupun ketidakpuasan. Jika produk melebihi apa yang diharapkan (ekspektasi) maka konsumen akan puas, tetapi jika produk di bawah tingkat yang diharapkan maka konsumen akan tidak puas. Konsumen yang puas diharapkan akan membeli kembali produk tersebut. Inilah yang dapat ditangkap sebagai peluang dalam pemasaran.

Pemasaran sangat berperan dalam pengembangan strategi perusahaan. Pemasaran memiliki hubungan paling besar terhadap lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali terbatas terhadap lingkungan eksternal. Elemen yang dapat dikontrol perusahaan:

1. Pemilihan pasar, yaitu memilih pasar yang akan dilayani. Pemilihan pasar dimulai dengan segmentasi pasar kemudian memilih pasar sasaran yang paling memungkinkan untuk dilayani oleh perusahaan.
2. Perencanaan produk, meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk, dan desain penawaran individual pada masing-masing lini. Produk menawarkan manfaat yang dapat diperoleh pelanggan dengan melakukan pembelian. Manfaat tersebut meliputi produk itu sendiri, nama merek produk, ketersediaan produk, jaminan atau garansi, jasa reparasi, bantuan teknis disediakan penjual, serta hubungan personal yang mungkin terbentuk antara pembeli dan penjual.
3. Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
4. Sistem distribusi, yaitu saluran perdagangan grosir dan eceran yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
5. Komunikasi pemasaran (promosi), yaitu meliputi periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, *direct marketing*, dan *public relations*.

Hal-hal yang tidak dapat dikontrol perusahaan dalam usaha ranting kayu:

1. Kondisi ekonomi.
2. Teknologi.
3. Peraturan Pemerintah.
4. Politik.
5. Kompetisi.
6. Perubahan sosial.

Menurut Tjiptono (1997) melalui peranan strategisnya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang digeluti perusahaan pada saat ini dan jenis bisnis apa yang dapat dimasuki di masa mendatang. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi, dan distribusi (bauran pemasaran¹⁷) untuk melayani pasar sasaran.

¹⁷ Bauran pemasaran (*marketing mix*) dipopulerkan pertama kali oleh McCarthy, E.J yang terdiri dari 4P yaitu *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion* (Produk, Harga, Tempat, dan Promosi). Kotler (1986) menambahkan 2P lagi yaitu *Politics* dan *Public Opinion* (Politik dan Opini Publik). Rapp dan Collins (1987) menambahkan 2P pada 4P yaitu *Database* dan *Dialogue* (Basis Data dan Dialog).

Dalam proses penyusunan strategi, pemasaran memiliki 2 dimensi, yaitu dimensi saat ini dan dimensi masa yang akan datang. Dimensi saat ini berkaitan dengan hubungan yang telah ada antara perusahaan dengan lingkungannya. Sedangkan dimensi masa yang akan datang berkaitan dengan hubungan yang diharapkan akan dapat terjalin dan program tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

Kemampuan strategi pemasaran tergantung pada analisis terhadap faktor-faktor berikut:

1. Faktor lingkungan, meliputi perkembangan teknologi dan informasi, kebijakan pemerintah, inflasi, suku bunga, pertumbuhan penduduk, pendapatan per kapita.
2. Faktor pasar, meliputi ukuran pasar, tingkat pertumbuhan, tahap perkembangan, selera, gaya hidup, permintaan musiman, segmen pasar.
3. Faktor persaingan, meliputi siapa pesaing, bagaimana posisi pasar pesaing, apa strateginya, kekuatan dan kelemahan pesaing, struktur biaya pesaing, kapasitas produksi pesaing.
4. Faktor analisis kemampuan internal, meliputi apa saja kekuatan dan kelemahan kita dilihat dari teknologi, sumber daya, finansial, kekuatan pemasaran, kekuatan produksi, basis pelanggan.
5. Faktor perilaku konsumen, meliputi kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen mengenai produk, sehingga dapat ditetapkan pengembangan produk, penetapan harga, pemilihan saluran distribusi, dan penentuan strategi promosi. Hal ini dapat dilakukan dengan riset pasar dengan cara observasi maupun survei.
6. Analisis ekonomi, meliputi analisis BEP (*Break Even Point*), penilaian risiko, penilaian laba, analisis faktor ekonomi pesaing.

Setiap usaha ranting kayu mempunyai perbedaan posisi dalam siklus hidup produknya. Konsep siklus/daur hidup produk adalah suatu upaya untuk mengenali berbagai tahap yang berbeda dalam sejarah suatu produk. Setiap perusahaan harus siap dalam menghadapi konsekuensi apabila produknya mengalami pergeseran tahap, sehingga perlu menentukan strategi pemasaran apa yang akan diambil. Ada empat tahap daur hidup produk adalah sebagai berikut:

1. Perkenalan.
2. Pertumbuhan.
3. Kedewasaan.
4. Penurunan.

Pasar industri merupakan hal yang cukup penting menjadi perhatian, baik oleh industri pemula maupun oleh industri yang sudah cukup mapan sekalipun. Sasaran

produk diantaranya ditentukan oleh pasar industri. Pasar industri adalah pasar yang sangat kompleks, karena berhubungan langsung dengan semua pelaku yaitu pemasok, distributor, perantara, dan konsumen (baik konsumen grosir maupun konsumen ritel atau konsumen akhir). Pasar industri ranting kayu mempunyai karakteristik sebagai berikut: (a) Tingkat kompetisi yang tinggi; (b) Jumlah konsumen lebih sedikit; (c) Konsumen membeli dengan skala lebih besar; (d) Hubungan pemasok-pelanggan yang erat; (e) Pembeli yang terpusat secara geografis; (f) Permintaan dari konsumen; (g) Permintaan tidak banyak dipengaruhi oleh perubahan harga; (h) Permintaan barang industri lebih mudah berubah dibandingkan permintaan akan barang konsumsi; (i) Barang-barang industri biasanya dibeli oleh agen. (j) Umumnya lebih banyak orang yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian barang industri dibandingkan barang konsumsi.

Tingginya tingkat persaingan di pasar industri ranting kayu, merupakan hal kritis agar dilakukan perencanaan pemasaran yang efektif. Perusahaan harus terus berkaca pada pesaingnya dalam hal perbandingan produk, harga, saluran distribusi, dan promosi, sehingga perusahaan dapat mengetahui keunggulan, kelemahan, peluang, maupun ancaman saat ini maupun yang akan datang.

Perencanaan strategik yang berorientasi pada pasar akan menentukan jalannya suatu usaha. Perencanaan strategik adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan mempertahankan kesesuaian yang layak antara sasaran dan sumberdaya perusahaan dengan peluang-peluang pasar yang selalu berubah. Sedangkan tujuan perencanaan strategik adalah secara berkelanjutan mempertajam bisnis dan produk perusahaan sehingga keduanya berpadu menghasilkan laba dan pertumbuhan yang memuaskan.

Manajer pemasaran adalah penyumbang fungsional yang paling penting bagi proses perencanaan strategik, yaitu dalam hal menentukan misi usaha; analisis situasi lingkungan, persaingan, dan bisnis; mengembangkan tujuan, sasaran, dan strategi; menyusun rencana produk, pasar distribusi dan mutu guna melaksanakan strategi usaha. Keterkaitannya dapat meluas ke pengembangan program dan rencana operasi.

Perencanaan unit bisnis usaha ranting kayu harus memperhitungkan sejumlah penjualan yang harus dicapai dan laba yang diharapkan. Apa yang harus dilakukan

apabila penjualan dan laba yang diproyeksikan jumlahnya dibawah apa yang diinginkan oleh manajemen perusahaan? Untuk menutup kesenjangan tersebut ada tiga cara yaitu:

1. Identifikasi peluang lebih lanjut untuk mencapai pertumbuhan dalam bisnis yang telah ada.
2. Identifikasi peluang untuk membangun atau mengambil alih bisnis lain yang berkaitan dengan bisnis yang telah ada.
3. Identifikasi peluang untuk menambah daya tarik bisnis yang tidak ada kaitannya dengan bisnis yang telah ada.

Langkah-langkah dalam perencanaan strategis oleh para pengelola usaha adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi misi bisnis.
2. Menganalisis lingkungan eksternal.
3. Menganalisis lingkungan internal.
4. Menentukan tujuan dan sasaran bisnis.
5. Mengembangkan strategi bisnis.
6. Menyusun rencana program.
7. Mengimplementasikan rencana program.
8. Mengumpulkan informasi untuk umpan-balik dan melakukan pengendalian.

Setiap usaha dapat melihat posisinya dalam persaingan. Posisi tersebut akan membantu dalam pengambilan keputusan apakah akan menambah modal, ekspansi, bertahan atau bahkan mundur dari industri. Dalam suatu industri, biasanya ada satu perusahaan yang dikenal sebagai pemimpin pasar (*market leader*). Pemimpin pasar dalam industri ranting kayu selalu tetap ingin menjadi yang nomor satu dengan cara:

1. Perusahaan harus menemukan cara untuk mengembangkan jumlah permintaan.
2. Perusahaan harus menjaga tingkat pangsa pasar yang dikuasainya dengan cara bertahan maupun menyerang.
3. Perusahaan dapat mencoba meningkatkan pangsa pasar walaupun luas pasar tidak berubah.

Memasuki era pasar global dimana produk luar negeri dapat dengan bebas memasuki pasar dalam negeri tanpa adanya hambatan. Kondisi tersebut mau tidak mau kita akan menghadapi serbuan produk luar negeri maupun perusahaan multinasional. Oleh karena itu diperlukan strategi yang jitu agar tetap mampu bersaing didalam pasar global. Dibukanya pasar global, dapat menjadi peluang ataupun ancaman bagi

perusahaan lokal. Kesedaran masyarakat global akan produk ramah lingkungan, bahkan kerangka kerja global yang terbingkai dalam SDGs mengiring pada berbagai sendi kehidupan tentang pentingnya keberlanjutan lingkungan. Penciptaan produk-produk ramah lingkungan dengan demikian merupakan salah satu peluang pasar yang pantas dikembangkan.

Bagaimana cara agar pasar global dapat ditangkap sebagai peluang bisnis? Usaha olahan ranting kayu yang ingin memasuki pasar internasional harus memahami lingkungan pasar internasional terlebih dahulu. Lingkungan pasar internasional yang perlu diperhatikan meliputi lingkungan:

1. Lingkungan ekonomi.
2. Lingkungan hukum-politik.
3. Lingkungan sosial.
4. Lingkungan budaya.
5. Lingkungan teknologi dan informasi.

Lingkungan-lingkungan tersebut dapat menjadi hambatan bagi usaha ranting kayu tapi dapat juga menjadi peluang. Pertama, kita harus menganalisis lingkungan pasar internasional apa yang menjadi peluang dan apa yang menjadi hambatan, bagaimana persaingannya, bagaimana selera konsumen, bagaimana regulasi pemerintah. Kemudian kita dapat memutuskan apakah akan memasuki pasar atau tidak.

Apabila telah memutuskan untuk memasuki pasar, maka keputusan selanjutnya adalah pasar mana yang akan dimasuki. Agar sukses di pasar internasional, maka kita harus menentukan strategi bagaimana cara memasuki pasar dan menentukan program-program yang akan dilakukan. Terakhir, kita dapat membuat organisasi pemasaran yang nantinya bertugas pengawasan produk, konsumen, dan pesaing sehingga dapat tercapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan pangsa pasar.



Gambar 69. Tahap Keputusan Pemasaran Internasional

Usaha ranting kayu dapat melakukan berbagai cara untuk memasuki pasar internasional, mulai dari yang paling sederhana sampai yang paling kompleks. Jenis-

jenis pasar ekspor dapat ditempuh melalui (a) Ekspor langsung dan ekspor tak langsung; (b) Lisensi (*licensing*); (c) Waralaba (*franchising*); (d) Kontrak Manajemen; (e) Kontrak Manufaktur; (f) Investasi langsung; (g) Usaha patungan (*joint ventures*); (h) Cabang yang dimiliki penuh (perusahaan multinasional).

Pasar utama produk mebel dan kerajinan berbahan ranting kayu adalah untuk pasar ekspor. Beberapa perusahaan yang sukses bergerak dibidang ekspor produk mebel dan kerajinan berbahan baku ranting kayu diantaranya adalah Surya Abadi Furniture, Ribka Furniture, Yudistira. Negara tujuan atau konsumennya adalah buyer dari negara-negara Jepang, Denmark, Amerika, Australia, Belanda, Swiss. Pola pemasaran adalah dengan media internet, pameran, kartu nama, atau buyer datang langsung karena.

Pemasaran produk adalah merupakan masalah utama yang dihadapi oleh para eksportir, meskipun berbicara pasar tidak dapat ditinjau dari satu aspek saja. Pameran produk mebel rotan hasil pengembangan desain dan riset pasar penting dilakukan. Pameran pada kegiatan ini dilaksanakan pada pameran berskala internasional pada pameran IFEX (*Indonesia International Furniture Expo*) diselenggarakan pada tanggal 11-14 Maret 2017. JIExpo Kemayoran Jakarta.

Pameran untuk UKM Koperasi Trangsang Manunggal Jaya terselenggara atas kerjasama dengan Disperindag Prov. Jateng.



Gambar X: Denah stand Pameran IFEX 2017.

Hall B didominasi oleh stand-stand dari UKM yang disponsori oleh dinas-dinas dari berbagai daerah di Indonesia atau dari UKM-UKM dengan kemampuan sewa yang masih terbatas. Adapun stand yang berisi pada exhibitor dari luar negeri dan UKM dengan kemampuan sewa stand yang cukup tinggi adalah pada Hall C. Kedepan diharapkan mampu menyewa stand untuk Hall C, hal ini karena posisi stand, posisi hall, pengelompokan produk akan sangat berpengaruh terhadap citra perusahaan dan produk yang dipajang. Kondisi demikian wajar jika beberapa buyer besar pada saat kunjungan lebih mementingkan untuk berkunjung pada Hall C. Sedangkan untuk Hall B cenderung dianggap sebagai stand yang berisi UKM-UKM binaan pememrintah dengan kuantitas dan kualitas produksi yang masih terbatas.



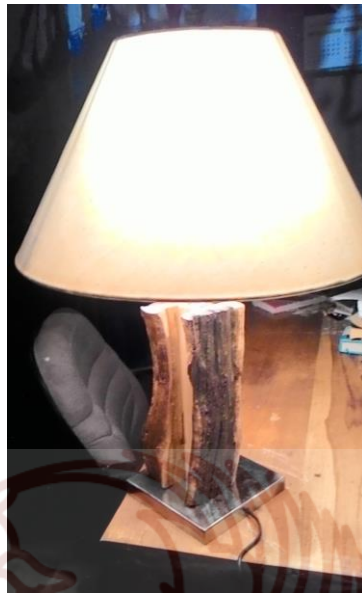
Gambar X: Stand pameran IFEX 2017 tim pengabdian bersama UKM Mitra.

Tanggapan pengunjung khususnya calon buyer terhadap produk display hasil penelitian, khususnya pada desain cukup positif. Permasalahannya adalah bahwa harga jual produk menjadi terlalu mahal hal ini karena melampaui harga rata-rata untuk harga jual mebel ekspor dengan produk ranting. Harga jual produk ranting untuk pasar ekspor FOB berkisar 40 – 50 USD. Harga jual produk ranting, dalam hal ini adalah *plus table* yakni dijual dengan harga 50 USD.

Mahalnya harga jual *plus table* yakni terletak pada bahan baku yang digunakan (volume dan jenisnya) tingkat kerumitan produksi.

Ini merupakan bekal bagi pengembangan produk selanjutnya agar mampu dijangkau oleh pasar.

Pameran Internasional II.



Jeddah International Trade Fair bersama eksportir produk mebel dan kerajinan dengan Anindya Furniture, yang difasilitasi oleh KBRI

رقم الرخصة: 17/6400
التاريخ: 7/12/1438

ترخيص إقامة معرض تجاري



اسم الجهة المنظمة للمعرض: شركة التجاري للمعارض المحدودة	اسم المعرض التجاري: المعرض السعودي الدولي التاسع والعشرون الشامل للمنتجات والصناعات الخفيفة
الموقع: مركز حدة للمباني والفعاليات المدينة / المحافظة: حدة	تاريخ المعرض التجاري: من: 02/03/1439 هـ - الموافق: 20/11/2017 م إلى: 05/03/1439 هـ - الموافق: 23/11/2017 م
ساعات العمل: من 4:00 مساءً إلى 10:00 مساءً	عدد الحضور المتوقع: (7000) من داخل المملكة
رأعي المعرض: لا يوجد	المساحة الاحتمالية للمعرض التجاري المصاحب: 4000.00 م. مربع
نوع المشاركات في المعرض التجاري: دولي	معلومات الاتصال: الجوال: 0596664404 - البريد الإلكتروني: khalid@acexpos.com
اسم مدير الفعالية: ظهور كريم صديقي	

المدير التنفيذي للبرنامج الوطني للمعارض والمؤتمرات



م. طارق بن عبد الرحمن العيسى

شروط الترخيص:

- المحافظة على القيم الإسلامية والضمائم الشرعية والاجتماعية والتعليمات والأنظمة العامة في المملكة أثناء إقامة المعرض التجاري.
- خصوع المعرض ومسؤولياته والأنظمة السارية في المملكة وخاصة نظام الجمارك، ولوائحته التقنوية.
- الالتزام بكافة ضوابط إقامة المعارض للتجارة المنظمة لدى البرنامج الوطني للمعارض والمؤتمرات وعدم البيع خلال كافة أيام المعرض.
- إبراز رقم الترخيص في الإعلانات والصفحات التسويقية والمتروية.
- أن يكون منظم المعرض مسؤول بشكل كامل عن المعرض أمام البرنامج الوطني للمعارض والمؤتمرات، ولا يجوز إحالة الرخصة من أي شخص آخر.

Pameran juga dilakukan di Grha Sabha Pramana UGM Yogyakarta pada tanggal 30 Januari dalam rangka Pameran Rakernas Kemenristek DIKTI tahun 2017. Berikut dibawah adalah dokumentasi pelaksanaan pameran

MEMBANGUN INDONESIA DARI PINGGIRAN MELALUI PEMANFAATAN HASIL HUTAN NON KAYU SEBAGAI PRODUK KREATIF

Oleh:
Dr. Sri Hesti Heriwati, M.Hum., Sumarno, S.Sn., M.A.,
Prof. Dr. Dharsono, M.Sn., Deny Dwi H.S.E., M. Sc

PENDAHULUAN.

Hutan sebagai paru-paru dunia memiliki manfaat besar bagi kehidupan umat manusia. Patut disayangkan kondisinya terus mengalami deforestasi dan fragmentasi. Nilai ekonomi yang tinggi, sehingga kayu merupakan salah satu sumber alam yang dimanfaatkan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Hasil hutan berupa kayu jati memiliki nilai ekonomi yang sangat tinggi sebagai sumber devisa, ironisnya hal tersebut bertolak belakang dengan kondisi perekonomian masyarakat sekitar hutan. Masyarakat sekitar hutan yang masih berada dalam kondisi keterbelakangan dengan adanya kesenjangan sosial yang sangat jauh dengan masyarakat perkotaan sebagai penikmat hasil hutan. Masyarakat sekitar hutan sebagai salah satu pilar terciptanya hutan lestari dan berkelanjutan pantas mendapatkan perhatian. Hal ini selaras dengan program presiden Jokowi yakni "Membangun Indonesia dari Pinggiran." Pemberdayaan masyarakat sekitar hutan melalui pemanfaatan hasil hutan perunya pemanfaatan hasil hutan non kayu. Oleh karena itu permasalahan yang hendak dipecahkan pada penelitian ini adalah bagaimanakah pemberdayaan masyarakat sekitar Perum Perhutani dengan memanfaatkan ranting kayu melalui pendekatan desain.

METODE.

Penelitian tahap kedua ini merupakan penelitian terapan tindak lanjut dari periode sebelumnya. Metode yang digunakan adalah menggunakan pendekatan Total Design Activity (TDA). Metode ini merepresentasikan proses desain sebagai aktifitas menyeluruh mulai dari aktifitas pasar hingga penjualan produk. Aspek-aspek yang dimaksud meliputi market, specification, concept design, detail design, manufacture dan sales (Manfaat; 2013, 22). Manufacturing tingkat lanjut dan sales adalah penelitian untuk tahap selanjutnya. Sampel masyarakat sekitar hutan terhadap LMDH Wonolestari Kel. Sambeng, Kec. Juwangi, Kab. Boyolali.

HASIL.

Pemberdayaan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan individu, kelompok dan masyarakat luas agar memiliki kemampuan melakukan pilihan dan mengontrol lingkungannya untuk memenuhi keinginan, aksesibilitasnya terhadap sumber daya terkait dengan pekerjaan, aktivitas sosial, dan sebagainya (Theresia, 2014; 117). Potensi atau nilai ekonomi pada hasil hutan yakni sebagai kawasan wisata, penelitian dan edukasi, binatang dan serangga hutan, pakan ternak, madu, tanaman liar dan atau empon-empon, biji-bijian, kayu rimba, dan juga kayu sebagai komoditas utama. Pemberdayaan masyarakat sekitar hutan melalui pemanfaatan ranting, dengan meningkatkan nilai ekonomi pada ranting maka akan memiliki daya ungkit kepada sektor-sektor yang lainnya.

Akses sumber produktif pada kasus ini adalah dalam pemanfaatan hasil hutan non-kayu, khususnya ranting kayu. Desain merupakan problem solving dari suatu permasalahan, dengan demikian desain juga dapat dijadikan sebagai pendekatan dalam permasalahan sosial dan permasalahan lingkungan. Permasalahan lingkungan adalah tanggungjawab kelestarian dan keberlanjutan hutan akibat rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga hutan. Penyebab terjadinya degradasi dan deforestasi hutan sudah banyak tentu adalah terdiri dari berbagai macam sebab salah satu diantaranya adalah illegal logging. Upaya pemecahan lingkungan sekaligus pemecahan ekonomi masyarakat sekitar hutan diantaranya adalah perlu pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar hutan melalui pendekatan desain.

Pendekatan desain dilakukan melalui pemanfaatan hasil hutan berupa ranting menjadi produk kerajinan dan mebel dimana selama ini dianggap tidak bermanfaat atau bernilai ekonomi rendah. Desain sebagai pendekatan untuk mencegah illegal logging dan pemberdayaan ekonomi masyarakat yakni dengan mendesain produk kerajinan dan mebel berbasis ranting. Jumlah desain yang telah dihasilkan adalah berjumlah sekitar 100 buah yang terdiri dari produk kerajinan maupun furnitur. Melalui berbagai kriteria selanjutnya adalah pemilihan beberapa desain untuk diwujudkan menjadi prototipe. Pasca perwujudan prototipe adalah pelatihan produksi bagi masyarakat sekitar hutan.



Gambar X: Konsep desain produk pada X Banner.

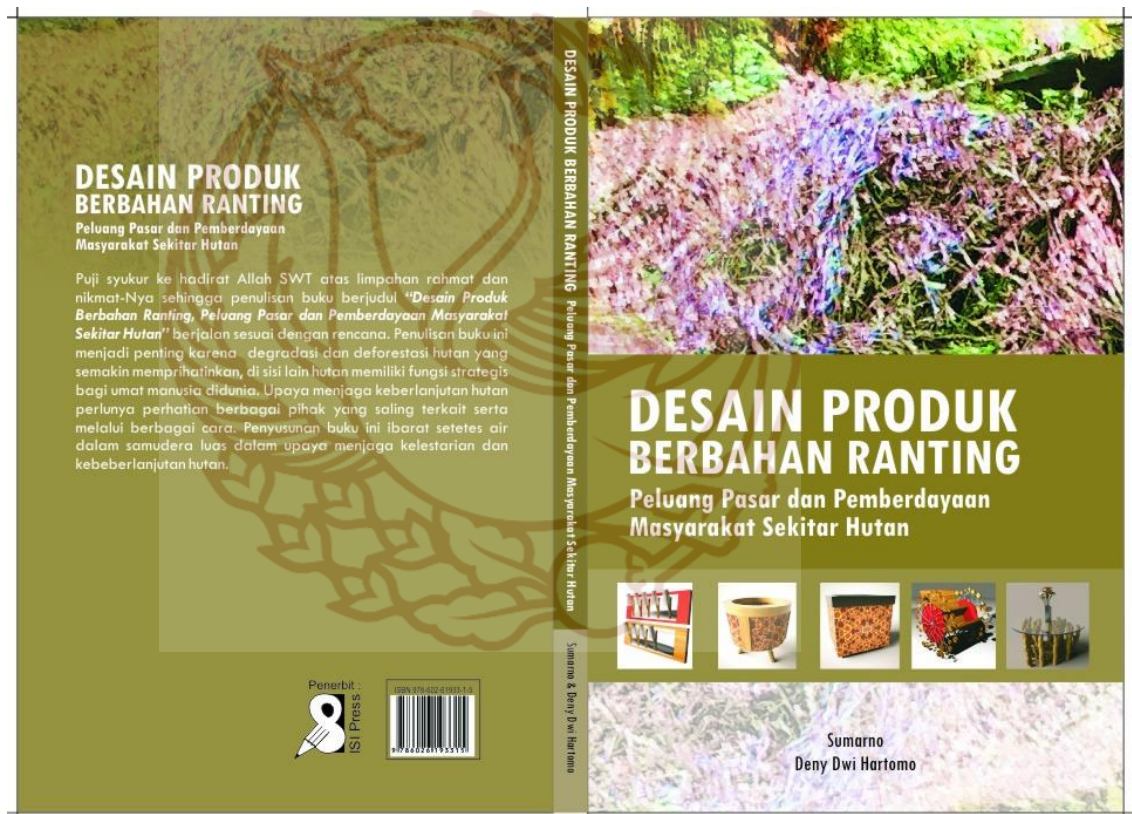


Gambar X: Katalog produk

B. Buku.

Tahap sebelumnya penelitian telah menghasilkan jurnal ilmiah dan prosiding sebagai artikel seminar, pada tahun ketiga yakni menghasilkan buku. Adapun judul buku yakni "Desain Produk Berbahan Ranting, Peluang Pasar dan

Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Hutan.” Materi pada bab pertama berisi tentang latar belakang masalah dan landasan hukum akan efisiensi bahan baku, kelestarian lingkungan khususnya terkait dengan hutan. Bab dua berisi tentang pengelolaan hutan berikut ancaman keberlangsungan atau kerusakan hutan, beserta kemiskinan yang masyarakat sekitar hutan. Bab tiga berisi karakteristik kayu jati, khususnya ranting jati sebagai pertimbangan dalam desain produk berbasis ranting. Bab keempat berisi desain produk berbasis ranting kayu, sedangkan bab lima berisi produksi ranting kayu sebagai bahan baku produk kerajinan dan mebel. Terakhir berisi tentang pemasaran produk.



Gambar X: Cover buku.

Penulisan ini menjadi penting bagi lingkungan akademis sebagai suplemen pembelajaran Mata Kuliah Desain Mebel sebagaimana diampu oleh tim peneliti juga sebagai penduan model pemberdayaan masyarakat sekitar hutan dalam pemanfaatan hasil hutan secara efektif dan efisien. Adapun buku tersebut

kini sedang dalam proses cetak secara masal yang diterbitkan oleh ISI Press dengan nomor ISBN: 978-602-61933-5-3.

C. TTG.

- Pembersih potongan ranting.



Gambar X: TTG pembersih potongan rotan.

Cara kerja alat ini adalah dengan menyalurkan putaran dari dinamo kepada tabung (tong) dengan vanbelt. Putaran dari dinamo selanjutnya dikurangi dengan gear box dengan perbandingan 50 : 75. Potong-potongan ranting kayu selanjutnya dimasukan kedalam tabung dimana sisi tepi ditemplei dengan amplas. Terjadinya benturan dan gesekan antar potongan didalam tabung selanjutnya sehingga mampu membersihkan serabut-serabut tepi pada hasil potongan ranting kayu. Berikut dibawah adalah gambaran potongan ranting sebelum dibersihkan dan sesudah dibersihkan.



Gambar X: Potongan sebelum masuk mesin TTG dan potongan setelah keluar dari mesin TTG.

D. Produk.

- Ide desain.

Kekayaan alam dan budaya Indonesia adalah keunggulan adalah negara yang kaya akan sumber daya alam dan budaya. Cengkeh, kopi, lada, kina, teh, merica, tumbak dan sebagainya melimpah dan tumbuh subur di negeri Indonesia. Minum adalah mengonsumsi cairan melalui mulut.¹⁸ Minum diperlukan untuk membantu fisiologis kehidupan, dengan demikian minum adalah kebutuhan utama manusia. Kebutuhan manusia akan minum telah berkembang menjadi berbagai fungsi yang berbeda-beda. Adapun fungsi yang dimaksud yakni mulai dari fungsi fisik, kesehatan, budaya maupun sebagai gaya hidup. Minum teh dan kopi kini telah berkembang menjadi sebuah budaya.

Teh atau yang telah dicampur atau disedu diminum dalam keadaan panas, hangat, dingin, bahkan hingga menjadi es sekalipun. Aneka sajian dalam kondisi panas maupun dingin merupakan kenikmatan dan daya tarik tersendiri dalam sebuah sajian minuman. Kondisi air dan kemasan yang ekstrim (panas atau dingin) sehingga membuat jadi kurang nyaman dalam melakukan aktifitas minum. Hambatan yang dimaksud baik dalam mobilisasi (angkut dari satu tempat ke tempat yang lain), maupun dalam mengangkat ke bibir.

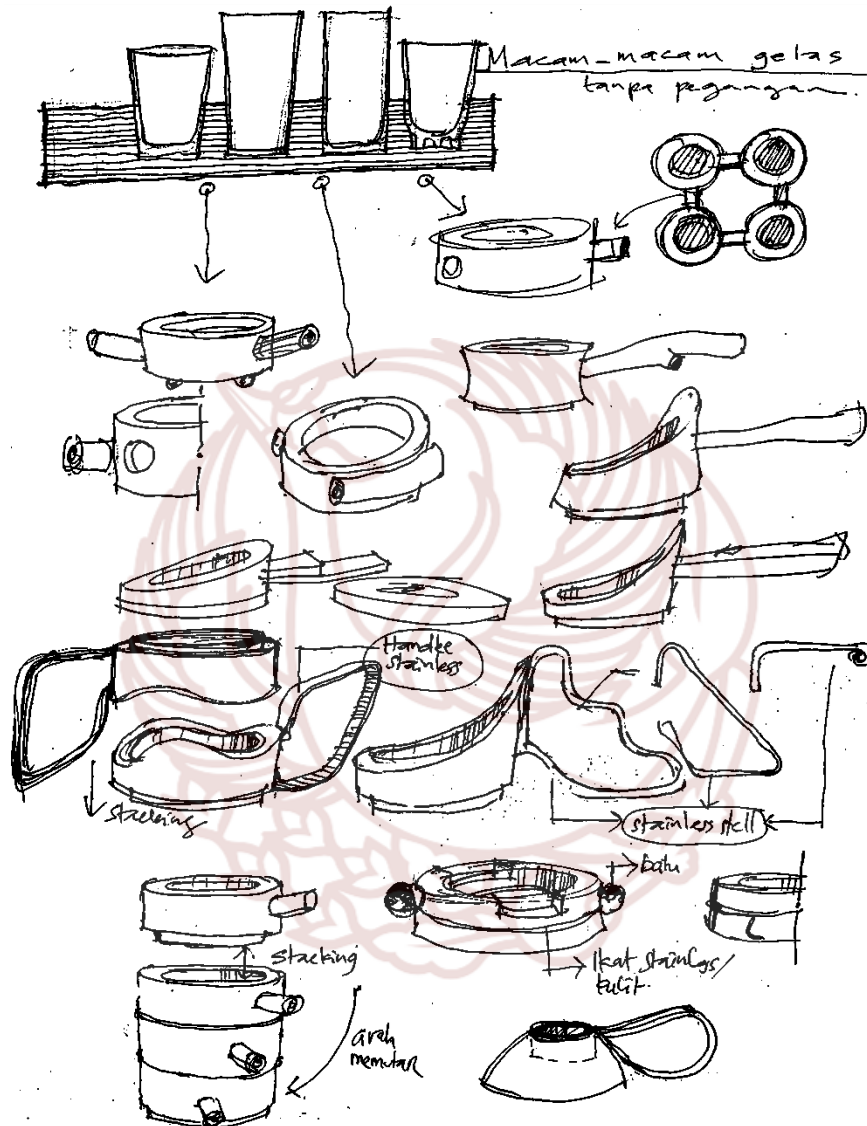
Upaya menciptakan kondisi yang nyaman, sehingga beberapa desain produk untuk perlengkapan minum telah diciptakan. Sebagai contoh diantaranya adalah nampan, tatakan gelas, handle, tutup gelas dan piring kecil. Handle gelas, atau cangkir adalah alat untuk memegang yang menyatu dengan produk. Padahal tidak semua gelas memiliki gagang atau handle. Oleh karena itu perlunya sebuah desain alat yang berfungsi untuk mengangkat gelas dalam keadaan panas atau dingin/beku.

- Sketsa desain.

Bahan baku yang dijadikan dasar dalam desain produk yang berfungsi untuk mengangkat gelas dalam hal ini adalah menggunakan bahan baku ranting. Merujuk

¹⁸ KBBI

pada fungsinya adapun desain produk diberi judul “gelas cangking.” Gelas adalah produk yang akan dibawa *cangking* berasal dari bahasa Jawa yang berarti bawa. Berikut dibawah adalah sketsa-sketsa desain alat pengangkat gelas.



Gambar X: Sketsa desain.

- Gambar tampak.

Gambar tampak merupakan performa secara visual yang nampak dari berbagai sisi. Pada desain gelas cangking adapun gambar tampak meliputi tampak samping kanan, tampak samping kiri, tampak atas, tampak depan, tampak belakang. Berikut dibawah adalah gambar-gambar sebagaimana dimaksud.



Tampak atas



Tampak samping kanan.



Tampak samping kiri.



Tampak belakang.



Tampak depan.



Gambar perspektif.

E. HKI.

Pengurusan Hak Karya Intelektual untuk kategori Desain Industri yang memerlukan waktu yang cukup lama, yakni paling cepat berkisar satu hingga dua tahun. Adapun perkembangan pengajuan HKI untuk kategori desain industri hasil pengembangan desain pada periode sebelumnya yakni telah memasuki pengumuman kepada publik bila dimungkinkan ada sanggahan. Hal ini sebagaimana diumumkan melalui berita resmi desain industri Seri-A, No. 19/DI/2016, diumumkan pada 27 Oktober hingga 27 Januari 2017, pengumuman berlangsung selama tiga bulan sesuai dengan ketentuan pasal 25 ayat (1) Undang-undang Desain Industri No. 31 tahun 2001. Karya berupa meja dengan judul plus table dengan nomor permohonan A00201602735 tanggal penerimaan 22 Mei 2016 kelas 06-03, sebagaimana terdapat pada halaman 1 nomor urut 50. Desain kursi stool berjudul tirus stool dengan nomor permohonan A00201602737 tanggal penerimaan 22 Mei 2016 kelas 06-03, sebagaimana terdapat pada halaman 1 nomor urut 52. Desain kotak alat dengan judul box singset nomor permohonan A00201602738 tanggal penerimaan 22 Mei 2016 kelas 06-03, sebagaimana terdapat pada halaman 1 nomor urut 53.



BERITA RESMI DESAIN INDUSTRI SERI-A

No. 19/DI/2016

DIUMUMKAN TANGGAL 27 Oktober 2016 s/d 27 Januari 2017

PENGUMUMAN BERLANGSUNG SELAMA 3 (TIGA) BULAN
SESUAI DENGAN KETENTUAN PASAL 25 AYAT (1)
UNDANG-UNDANG DESAIN INDUSTRI NOMOR 31 TAHUN 2001

DITERBITKAN BULAN OKTOBER 2016

DIREKTORAT HAK CIPTA DAN DESAIN INDUSTRI
DIREKTORAT JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA

50	A08201602736	22/09/2016	06-03	MEJA "PLUS TABLE"
51	A08201602736	22/09/2016	06-01	KURSI "CATERPILLAR CHAIR"
52	A08201602737	23/09/2016	06-01	KURSI "TIRUSSTOLL"
53	A08201602738	23/09/2016	09-04	BOX SINGSET

1. Jurnal.

Hasil penelitian dipublikasikan dalam jurnal ilmiah pengabdian pada Jurnal Bisnis dan Manajemen MM UNS dengan judul “Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Hutan Melalui Desain Produk Berbasis Ranting Guna Memenuhi Hal Sosial Masyarakat Sekitar Hutan” (**lihat lampiran**).



DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sachari, 2008, *Metode Penelitian Budaya Rupa*, (Jakarta: Erlangga).
- Anonim, 2011, *Review Tentang Illegal logging Sebagai Ancaman Terhadap Sumber Daya Hutan dan Implementasi Kegiatan Pengurangan Emisi dan Deforestasi dan Degradasi (REDD+) di Indonesia*, (Bogor, Puslitbang Perubahan Iklim dan Kebijakan Badan Penelitian dan Pengembangan Kehutanan Kementerian Kehutanan, Indonesia).
- Djauhar Manfaat. *Case Based Design (Desain Berbasis Kasus)*, 2013, (Jakarta; Gramedia Pustaka Utama,).
- Jim Ife dan Frank Tesoriero, 2008, *Commity Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).
- John F. Pile, 1997, *Modern Furniture*, (New York, John Wiley and Son).
- Karl T Ulrich and Steven D. Eppinger, 2003, *Product Design and Development*, -3rd ed, New York: Mc Graw Hill International,.
- M. Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec, 2011, *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*, Terj. Bob Sabran, Cet-5, (Jakarta: Erlangga).
- Muhammad Prakoso, 2004, *Peraturan Menteri Kehutanan No. P.01/Menhut-II/2004 tentang Pemberdayaan Masyarakat Setempat di Dalam atau Sekitar Hutan Dalam Rangka Social Forestry*, (Jakarta; Menteri Kehutanan,) Pasal 1 ayat 1 dan pasal 2 ayat 2.
- Philips Kotler, 2003, *Marketing Insghts from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know*. (New York; John Wiley & Son, Inc).
- Purwanto, Iwan 2008, *Manajemen Strategi*, Bandung: Yrama Widya.
- Sumarno, 2012, *Eco-design Industri Furnitur Pada Lomba Desain Industri Furnitur Jateng Tahun 2010-2011*, (Yogyakarta; Tesis Pascasarjana UGM Yogyakarta;).

